

УДК 330.13.009.12

JEL Classification Code: B41, D21, M31

Круш П.В.

*к.е.н., професор, в.о. завідувача кафедри економіки і підприємництва
Національний технічний університет України
«Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського»*

Погребняк А.Ю.

*к.е.н., ст.викладач кафедри економіки і підприємництва
Національний технічний університет України
«Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського»*

Голуб М.О.

*студент Національний технічний університет України
«Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського»*

АНАЛІЗ РИНКУ ТЕЛЕКОМУНІКАЦІЙНИХ ПОСЛУГ УКРАЇНИ

У статті зазначено, що вітчизняний ринок телекомунікаційних послуг є досить специфічним з тієї причини, що він тією чи іншою мірою охоплює майже все населення нашої держави.

Аналітичне дослідження показало, що існує комплекс ринкових бар'єрів в галузі телекомунікацій, які можна виділити у 3 групи: технологічні, адміністративні та стратегічні. На даний момент на цьому ринку функціонують 3 найбільших підприємства – «Київстар», «ВФ Україна» та «лайфсел». Також існують й інші конкуренти, проте їх частка та можливість впливу на прийняття рішення іншими гравцями є незначною.

Авторами здійснено діагностику показників фінансового стану найбільших учасників ринку. Визначено, що позитивним аспектом для представників галузі також є збільшення показника ARPU, який свідчить про зростання тарифів на надання відповідних телекомунікаційних послуг населенню.

За результатами встановлено наступне: дана галузь характеризується великою ємністю ринку, оскільки має на меті задоволення потреб майже кожного громадянина; існує стійка тенденція до посилення напрямку Інтернет-комунікацій з одночасним скороченням кількості абонентів мобільного (рухомого) зв'язку.

Ключові слова: телекомунікаційні послуги; мобільний зв'язок; інформація; провайдер.

Постановка проблеми. Актуальність даної статті обумовлена тим, що інформація в умовах активного розвитку продуктивних сил стає вагомим фактором виробництва та національного благополуччя, як наслідок, глобальним трендом стає інформатизація суспільства, яка сприяє залученню все більшого кола людей до обміну даними. За цих обставин галузь телекомунікацій вимагає детального аналізу ринкової кон'юнктури, особливо за умов монополізації даної галузі, в тому числі і в Україні.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Ринок телекомунікацій є об'єктом дослідження таких науковців як: С. Усик, Л. Зубко, С. Таракановський, Е. Голубицька, Ю. Баглюк, В. Хрустальова, Є. Кононенко та інші. Особливу увагу дослідженню напрямів розвитку ринку мобільного зв'язку та конкурентних позицій основних гравців цього ринку приділяє в своїх працях Л. В. Лазоренко.

Метою даного дослідження є аналіз ринку телекомунікаційних послуг в Україні, виявлення сильних сторін та проблем в галузі.

Виклад основного матеріалу. Український ринок телекомунікаційних послуг є досить специфічним з тієї причини, що він тією чи іншою мірою охоплює майже все населення нашої держави, надаючи можливість спілкування між собою. При цьому під телекомунікаційними послугами згідно Закону України «Про телекомунікації» розуміють результат діяльності або продукт оператора (провайдера), який має на меті задоволення потреб споживачів у прийманні та передаванні інформації. Формами цього процесу виступають фіксований, мобільний зв'язок, телебачення, радіо, Інтернет тощо [1]. В рамках даної роботи увага приділяється виключно засобам комунікації, а тому доцільним є розглядати тільки мобільний або рухомий зв'язок, а також доступ до мережі Інтернет. За даними Державної статистики України розподіл абонентів за вищезазначеними видами зв'язку у 2016-2019 роках виглядає наступним чином.

Таблиця 1 – Розподіл користувачів мобільного зв'язку та мережі Інтернет впродовж 2016-2019 років

Вид зв'язку	Рік			
	2019	2018	2017	2016
Мобільний зв'язок	53 934	55 715	55 862	57 457
Інтернет	26 067	23 632	22 958	15 835
в т.ч.				
фіксований	5 288	5 117	5 087	4 965
бездротовий	20 024	17 509	16 725	8 627

Джерело: складено автором на основі [2;4;7]

Як можна побачити щороку спостерігається скорочення абонентської бази послуг мобільного зв'язку. Цікавішим є факт того, що кількість користувачів такого зв'язку є більшою за кількість українців, яка впродовж зазначених років складає 42-43 млн осіб, також можна представити цю різницю у вигляді коефіцієнту пенетрації (проникнення), який розраховується як відношення кількості абонентів до кількості громадян і складає близько 130% на III квартал 2019 року. Переважання абонентських номерів над фактичною кількістю українців пояснюється тим, що деякі громадяни користуються більш ніж однією SIM-картою. В той же час причиною зменшення абонентів є як природне скорочення населення, так і поступова відмова від використання двох і більше номерів.

Іншою особливістю ринку телекомунікаційних послуг в Україні є його олігополістичний характер. На даний момент на цьому ринку функціонують 3 найбільших підприємства – «Київстар», «ВФ Україна» та «лайфсел». Також існують й інші конкуренти, проте їх частка та можливість впливу на прийняття рішення іншими гравцями є незначною. Вказані підприємства частково або повністю належать міжнародним корпораціям, що певною мірою впливає на імідж українських компаній. Для ринку телекомунікаційних послуг характерними є риси природних монополій, тобто існування значних бар'єрів входу в галузь. Такими бар'єрами є передусім потреба в значних об'ємах інвестицій в основні фонди та нематеріальні активи, до яких

належать об'єкти інфраструктури та ліцензії на провадження діяльності з надання відповідних послуг.

Згідно зі звітом НКРЗ за 2019 рік існує комплекс ринкових бар'єрів в галузі телекомунікацій, які можна виділити у 3 групи: технологічні, адміністративні та стратегічні. До першої групи належить перш за все неможливість відтворення потенційними конкурентами елементів мережі, що б забезпечило покриття на значній території. До того ж значну роль відіграє так званий ефект масштабу, який значною мірою ускладнює конкурентну боротьбу між новими операторами та «ветеранами» – трійки найбільших операторів України[7].

Щодо адміністративних перешкод для виходу на ринок телекомунікацій, існує законодавчо встановлене обмеження на використання номерного ресурсу, який кодифікує дані про мережу певного оператора. В свою чергу стратегічні бар'єри виступають у вигляді довгострокових відносин між постачальниками, споживачами, контрагентами тощо [5].

Розглянемо більш детально вищеназвані компанії. ПрАТ «Київстар» на даний момент є найбільшим конкурентом в галузі, який до того ж одним з перших впровадив технологію 4G (січня по березень 2018 року було проведено аукціон, за результатами якого компанія отримала ліцензію на користування частотами 4G технології на 15 років).

За офіційними даними впродовж 2018 року база користувачів мобільним зв'язком від «Київстар» склала близько 26,4 млн осіб, ринкова доля цього підприємства визначена на рівні 44-45%. Також слід відмітити, що на фоні збільшення кількості користувачів фіксованого Інтернет-підключення спостерігається приріст компанії понад приріст ринку – 21% і 20% відповідно [5]. Структурно ПрАТ «Київстар» є частиною однієї з найбільших світових телекомунікаційних компаній VimpelCom Ltd.

ПрАТ «ВФ Україна» є другим найбільшим учасником ринку послуг безпроводного зв'язку, ринкова частка якого досягає близько 35% [7]. За офіційними даними компанія обслуговує майже 20 млн абонентів, покриваючи 99% території України, і функціонує під брендом Vodafone, який в свою чергу належить однойменному оператору. Як і «Київстар» «ВФ Україна» активно розвиває технологію 4G на українському ринку.

За роки свого існування починаючи з 1992 року компанія зазнала метаморфоз – спочатку послуги зв'язку розповсюджувались під брендом UMC, потім використовувались назви SIM-SIM, Jeans, Ecotel, які згодом були інтегровані з брендом МТС. З 16 жовтня 2015 року «ВФ Україна», яка тоді мала назву «МТС-Україна», уклала партнерську угоду з корпорацією Vodafone. Vodafone – на даний момент є однією з провідних телекомунікаційних компаній світу, яка надає послуги з передачі даних, кабельного телебачення, Інтернет-з'єднання та інших в близько 70 країнах світу[3].

ТОВ «Лайфселл» як вже було зазначено – третій найбільший оператор України. Заснована у 2005 році під назвою ТОВ «Астеліт» компанія за роки свого існування відзначилась своїми технологічними досягненнями у сфері телекомунікацій, зокрема їй належить першість у впровадженні EDGE та

GPRS технологій на українському ринку та на даний момент є єдиним оператором, який пропонує 4.5G покриття. Відповідно до офіційного звіту за 2018 рік абонентська база «лайфселл» склала 7,3 млн осіб проти 8 млн у попередньому році, тобто скоротилась на 8,8%[2]. З точки зору маркетингової стратегії бренд lifecell позиціонує себе як «молодіжний», про що свідчить активна співпраця компанії з українськими університетами та студентством, як наприклад розробка на базі «КПІ» технічної лабораторії зв'язку.

Для порівняння результатів діяльності зазначених підприємств співставимо відповідні показники чистого доходу, чистого прибутку (збитку) та середньомісячного доходу на одного користувача (ARPU – Average Revenue per User). На жаль для ПрАТ «ВФ Україна» відсутня офіційна інформація щодо фінансових результатів за 2018 рік.

Таблиця 2 – Зведені дані фінансової звітності підприємств зв'язку впродовж 2016-2018 років

Підприємство	Дохід, млн грн			Прибуток (збиток), млн грн			ARPU, грн		
	2018	2017	2016	2018	2017	2016	2018	2017	2016
Київстар	19077,6	17079	15753	6838	6194,7	3387,1	64,6	56,9	52,5
ВФ Україна*	-	11898	11138	-	2248	1276	-	49,6	46,4
лайфселл	5268,5	4876	4837,5	-1300,7	-503,6	928,3	57,3	47,7	40,6

Джерело: складено автором на основі [4, 7]

Наведені показники дають змогу стверджувати, що безсуперечним лідером на ринку телекомунікацій є ПрАТ «Київстар», який виявляє позитивну тенденцію до зростання доходу та прибутку. При цьому темпи приросту також є більшими, ніж у конкурентів: для «Київстар» у 2018 році до попереднього приріст доходу склав 12%, в той же час для «лайфселл» лише на 8%, аналогічна ситуація має місце і у 2017 році. Слід відмітити наявність збитків у ТОВ «лайфселл» за 2 останні роки попри збільшення рівня доходів, ймовірно внаслідок капітальних інвестицій у 2018 та 2017 роках на суму 4 й 1,3 млрд грн відповідно [2].

Позитивним аспектом для представників галузі також є збільшення показника ARPU, який свідчить про зростання тарифів на надання відповідних телекомунікаційних послуг населенню. Можна зробити припущення, що в майбутньому розриви між цими підприємствами зв'язку лише будуть збільшуватися, адже найближчим часом передбачається поява на українському ринку більш досконалих технологій, таких як 5G, впровадження яких потребує значних інвестицій та фінансової міцності.

Висновки. В рамках даного дослідження було розглянуто ринок телекомунікаційних послуг України загалом та проаналізовано діяльність найбільших його гравців. За результатами встановлено наступне: дана галузь характеризується великою ємністю ринку, оскільки має на меті задоволення потреб майже кожного громадянина; існує стійка тенденція до посилення напрямку Інтернет-комунікацій з одночасним скороченням кількості абонентів мобільного (рухомого) зв'язку; ринок має риси олігополії, такі як: функціонування декількох великих конкурентів – «Київстар», «ВФ Україна»,

«лайфселл»; існування значних бар'єрів входу на ринок для нових підприємств; найбільшим та найприбутковішим є ПрАТ «Київстар» з часткою ринку 44%.

Список використаних джерел

1. Закон України "Про телекомунікації" Редакція від 16.07.2019, Available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1280-15/ed20190716>
2. lifecell (2019) Прес-релізи, Available at: https://www.lifecell.ua/uk/pro_lifecell/pres-tsentr/pres-relizi/
3. В. В. Хрустальова, Є. В. Кононенко (2019) 'Ринок послуг мобільного зв'язку України: тенденції та перспективи розвитку', Інвестиції: практика та досвід, №1(2019), pp. 37-41.
4. ВФ Україна (2019) Звіт про фінансові результати за 2017-2018 pp., Available at: https://www.vodafone.ua/images/files/financial_results_2015-2017.pdf (Accessed: 15 листопада 2019).
5. Державна служба статистики України (), Available at: <http://www.ukrstat.gov.ua/>
6. Л. В. Лазоренко (2018) 'Модернізація управління соціально-економічним розвитком підприємств зв'язку в умовах цифрової економіки', Економіка. Менеджмент. Бізнес, №2(24), pp. 30-35.
7. НКРЗІ () Результати аналізу ринку послуг термінації голосового трафіку на телефонних мережах рухомого (мобільного) зв'язку телекомунікаційної мережі загального користування., Available at: <https://nkrzi.gov.ua/index.php?r=site/index&pg=86&id=3948&language=uk>

Круш П.В.

*к.э.н., профессор, и.о. заведующего кафедрой экономики и предпринимательства
Национальный технический университет Украины
«Киевский политехнический институт имени Игоря Сикорского»*

Погребняк А.Ю.

*к.э.н., ст.преподаватель кафедры экономики и предпринимательства
Национальный технический университет Украины
«Киевский политехнический институт имени Игоря Сикорского»*

Голуб Н.А.

*студент Национальный технический университет Украины
«Киевский политехнический институт имени Игоря Сикорского»*

АНАЛИЗ РЫНКА ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННЫХ УСЛУГ УКРАИНЫ

В статье указано, что отечественный рынок телекоммуникационных услуг является достаточно специфическим по той причине, что он в той или иной степени охватывает почти все население нашей страны.

Аналитическое исследование показало, что существует комплекс рыночных барьеров в области телекоммуникаций, можно выделить в 3 группы: технологические, административные и стратегические. На данный момент на этом рынке функционируют 3 крупнейших предприятия - «Київстар», «ПФ України» и «лайфселл». Также существуют и другие конкуренты, однако их доля и возможность влияния на принятие решения другими игроками незначительна.

Авторами осуществлен диагностику показателей финансового состояния крупнейших участников рынка. Определено, что положительным аспектом для представителей отрасли также является увеличение показателя ARPU, который

свидетельствует о росте тарифов на предоставление соответствующих телекоммуникационных услуг населению.

По результатам установлено следующее: данная отрасль характеризуется большой емкостью рынка, поскольку имеет целью удовлетворения потребностей почти каждого гражданина; существует устойчивая тенденция к усилению направления Интернет-коммуникаций с одновременным сокращением количества абонентов мобильной (подвижной) связи.

Ключевые слова: телекоммуникационные услуги; мобильную связь; информация; провайдер.

Krush P.V.

*PhD, Professor Head of the Department of Economics and Entrepreneurship
Igor Sikorsky Kyiv Polytechnic Institute*

Pohrebniak A.Yu.

PhD, Senior Lecturer of the Department of Economics and Entrepreneurship

Holub M.O.

student Igor Sikorsky Kiev Polytechnic Institute

ANALYSIS OF THE TELECOMMUNICATION SERVICES MARKET OF UKRAINE

The article states that the domestic market for telecommunications services is quite specific for the reason that it in one way or another covers almost all the population of our country.

Analytical research has shown that there is a set of market barriers in the field of telecommunications, which can be divided into 3 groups: technological, administrative and strategic. At the moment, there are 3 largest enterprises operating in this market - Kyivstar, VF Ukraine and LifeCell. There are other competitors, but their share and ability to influence other players' decision-making is insignificant.

The authors diagnose the financial condition of the largest market players. It is determined that the positive aspect for the representatives of the industry is also the increase of the ARPU, which indicates the increase of tariffs for providing relevant telecommunication services to the population.

According to the results, the following is established: this industry is characterized by high market capacity, since it aims at meeting the needs of almost every citizen; there is a steady tendency to increase the direction of Internet communications while reducing the number of mobile (mobile) subscribers.

Keywords: telecommunication services; mobile communication, information, provider.

Круш П.В.

kafedra_ep@yandex.ru

Погребняк А.Ю.

anna.u.pogrebnyak@gmail.com